

STRUMENTI, OBIETTIVI E POTENZIALITA' DEL 'BRAND HERITAGE', ECCO I FOCUS DEL SEMINARIO ORGANIZZATO DA

Nell'ambito della fiera sui musei, sui luoghi e le destinazioni culturali, il 28 novembre si terrà il dibattito della brand agency, moderato da Matteo Mocchi, Innovation Design Manager, per parlare di modalità narrative e operative attraverso cui mettere in scena la storia, trasformandola in valore per la marca. La storia è un'eredità preziosa per le imprese. Come usarla per generare una connessione tra passato e presente e proiettare la marca nel futuro?

RobilantAssociati, la Branding Agency italiana, organizza a Roma un seminario rivolto alle aziende sul tema della valorizzazione del "Brand Heritage", il patrimonio storico di una marca che vede nel museo di impresa la sua massima espressione. L'appuntamento è in programma il 28 novembre a partire dalle ore 14.45

nell'ambito di RO.ME Museum Exhibition, fiera sui musei, sui luoghi e le destinazioni culturali che avrà luogo presso la Fiera di Roma dal 27 al 29 novembre. Il dibattito –

moderato da Matteo Mocchi, Innovation Design Manager di RobilantAssociati - vuole essere un momento di confronto per riflettere sull'heritage come propulsore di innovazione e non come ricordo nostalgico. Quali sono gli strumenti, gli obiettivi e le potenzialità di questo patrimonio e come trasformarli in storie rilevanti per il pubblico? Insieme a numerosi esperti del settore, il workshop proporrà un excursus di alcuni dei casi più interessanti a livello nazionale e internazionale e proporrà un ventaglio di modalità narrative e strumenti operativi – dai più tradizionali ai più innovativi - attraverso cui mettere in scena la storia, trasformandola in valore per il brand e in un'esperienza memorabile per i consumatori contemporanei.

In qualità di Innovation Partner della manifestazione, RobilantAssociati ha inoltre contribuito alla realizzazione dell'intero percorso tematico dedicato ai musei e agli archivi aziendali, una delle principali novità della seconda edizione della rassegna. CB

[STRUMENTI, OBIETTIVI E POTENZIALITA' DEL 'BRAND HERITAGE', ECCO I FOCUS DEL SEMINARIO ORGANIZZATO DA]